

การยอมรับนวัตกรรม โบบายแบงก์กิ้ง ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)  
(KRUNG THAI NEXT) ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานคร  
INNOVATION ADOPTION MOBILE BANKING KRUNGTHAI BANK PUBLIC  
COMPANY LIMITED (KRUNG THAI NEXT) OF USERS IN BANGKOK

อัจฉรา ใจสมุทร

สาขา การจัดการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Atchara Jaisamut

E-mail: 6214060184@rumail.ru.ac.th

Faculty of Business Administration Program in Management, Rarnkhamhaeng University

Corresponding author

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์ (1) เพื่อศึกษาการยอมรับนวัตกรรมโบบายแบงก์กิ้งธนาคารกรุงไทย ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานคร(2) เพื่อศึกษาการยอมรับนวัตกรรมโบบายแบงก์กิ้งธนาคารกรุงไทย ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามลักษณะประชากร(3) เพื่อศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย การรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน การรับรู้ถึงความงามในการใช้งาน การรับรู้ความเสี่ยงและความเชื่อมั่นที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรม โบบายแบงก์กิ้ง ธนาคารกรุงไทยของผู้ใช้ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ใช้งานโบบายแบงก์กิ้งธนาคารกรุงไทยในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่ความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ t-test สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Anova) และหากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD และใช้สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าผู้ใช้งานโบบายแบงก์กิ้งในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มี อายุอาชีพ ทำให้การยอมรับนวัตกรรมโบบายแบงก์กิ้งธนาคารกรุงไทย ต่างกัน และผู้ใช้งานโบบายแบงก์กิ้งในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มี เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษาและระดับรายได้ ทำให้การยอมรับนวัตกรรมโบบายแบงก์กิ้งธนาคารกรุงไทย ไม่ต่างกัน นอกจากนี้ปัจจัยการรับรู้ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน

ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กิงธนาคาร ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานคร และด้านการรับรู้ความเสี่ยงและด้านความเชื่อมั่น ไม่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กิงธนาคาร ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานคร

**ความสำคัญ ;** การยอมรับนวัตกรรม

## ABSTRACT

This research has the capacity to (1) To study the acceptance of Krung Thai bank's mobile banking innovation of users in Bangkok (2) to study the adoption of Kung Thai bank's mobile banking innovation of users in Bangkok area classified by population characteristics (3) to study the perception of safety risks Perception of the benefits of use perception of work in use perceptions of risks and confidence that affect the adoption of innovation. mobile banking Krung Thai bank of users in Bangkok the sample group used in this research is Krung Thai bank mobile banking users in Bangkok area. the number of 400 people used questionnaires as a tool for data collection: frequency, percentage, mean and standard deviation consensus test was performed using t-test, one-way Anova statistic, and if differences were found, they were compared individually by LSD method and using multiple regression statistics. regression.

**Keywords:** Innovation adoption

## บทนำ

ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีธนาคารพาณิชย์ในปัจจุบันจึงได้มีการปรับตัวอย่างสูง เพื่อรองรับการทำธุรกรรมออนไลน์ผ่านช่องในการให้บริการในการทำธุรกรรมทางการเงินได้ด้วยตนเองที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคและการทำธุรกิจอีคอมเมิร์ซ โดยธนาคารพาณิชย์ได้นำเทคโนโลยีมาพัฒนาผลิตภัณฑ์และเพิ่มช่องทางการให้บริการในการทำธุรกรรมทางการเงินได้ด้วยตนเอง เพื่อให้มีความสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น โดยไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทางไปสาขาของธนาคารหรือไปที่ตู้เอทีเอ็มเหมือนในอดีตที่ผ่านมา ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นผลกระทบที่ทำให้ธนาคาร พณิชย์เริ่มปรับรูปแบบการให้บริการจากธนาคารพาณิชย์ที่ให้บริการผ่านทางสาขาเป็นรูปแบบการให้บริการรูปแบบใหม่ซึ่งเรียกว่าธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยากให้ธนาคารพาณิชย์ มีการปรับปรุงในเรื่องการพัฒนาระบบบริการหน้า เคาน์เตอร์ของธนาคาร ร้อยละ 24.4 อันดับที่สองคือ การพัฒนาระบบบริการทางการเงินแบบออนไลน์ ร้อยละ 22.0 อันดับที่สามคือ เพิ่มจำนวนตู้อัตโนมัติ (ATM,CDM) ให้มีจำนวนมากขึ้น ร้อยละ 20.9 อันดับที่สุดคือ เพิ่มจำนวนสาขา ของธนาคารให้มีจำนวนมากขึ้น ร้อยละ 19.7 และอันดับที่ห้าคือ เพิ่มการให้บริการทางการเงินแบบครบ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจในเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กึ่งธนาคารกรุงไทย ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กึ่งธนาคารกรุงไทย ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีแนวคิดในการวิจัยคือ การศึกษาจำแนกตาม เพศ อายุ สถานะภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ ว่ามีความสำคัญมากน้อยเพียงใดต่อการยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กึ่ง

## 2. วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาการยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กึ่งธนาคารกรุงไทย ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กึ่งธนาคารกรุงไทย ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะประชากร
3. เพื่อศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย การรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน การรับรู้ถึงความ งานในการใช้งาน การรับรู้ความเสี่ยงและความเชื่อมั่นที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรม โมบายแบงก์กึ่งธนาคารกรุงไทยของผู้ใช้ในเขตกรุงเทพมหานคร

## 3. ขอบเขตของงานวิจัย

เป็นการศึกษาการยอมรับนวัตกรรม โมบายแบงก์กึ่งธนาคารกรุงไทย ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานคร ระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 27 เดือน กุมภาพันธ์ 2564 ถึง วันที่ 9 พฤษภาคม 2564

### ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1. ตัวแปรอิสระ มี 2 ปัจจัย
  - ปัจจัยที่ 1 ได้แก่ ด้านประชากร มีดังนี้ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ สถานะภาพ ระดับการศึกษา
  - ปัจจัยที่ 2 ได้แก่ การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย การรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน การรับรู้ถึง ความงานในการใช้งาน การรับรู้ความเสี่ยงและความเชื่อมั่น

2.ตัวแปรตามได้แก่ การยอมรับนวัตกรรม โหมบายแบงก์กิงธนาคารกรุงไทย ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานคร

## 5.ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.เพื่อให้ทราบถึงการยอมรับนวัตกรรมโหมบายแบงก์กิงธนาคารกรุงไทย ของผู้ใช้ในเขตกรุงเทพมหานคร
- 2.เพื่อให้ทราบถึงการยอมรับนวัตกรรมโหมบายแบงก์กิงธนาคารกรุงไทย ของผู้ใช้ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตาม เพศ อายุ สถานะ ระดับการศึกษา อาชีพและระดับรายได้
- 3.เพื่อให้ทราบถึงการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย การรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน การรับรู้ถึงความงามในการใช้งาน การรับรู้ความเสี่ยงและความเชื่อมั่นที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรม โหมบายแบงก์กิงธนาคารกรุงไทยของผู้ใช้ในเขตกรุงเทพมหานคร
- 4.เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาระบบการใช้งานและการให้บริการโหมบายแบงก์กิงธนาคารกรุงไทย ของผู้ใช้ในเขตกรุงเทพมหานคร

## วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับนวัตกรรมแบ่งเป็น 4 ด้านดังนี้

### 1.แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

(ภาวิณี กาญจนานา. 2559)ประชากรศาสตร์ (Demographics) เป็นอีกปัจจัยที่องค์กรธุรกิจนำมาใช้ในการอธิบาย คุณลักษณะของประชากรทางด้านขนาดการกระจายและโครงสร้างของประชากร ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรสำคัญ คือ ขนาดและการกระจายของประชากร เพศ อาชีพ การศึกษา อายุ และรายได้ องค์กร ธุรกิจนิยมใช้ประชากรศาสตร์ในการแบ่งส่วนตลาด เนื่องจากคุณลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยผ่านค่านิยมส่วนบุคคล และรูปแบบการตัดสินใจของบุคคล

(จิตวิธ รุ่งเรืองผล. 2558) เกณฑ์ด้านประชากรศาสตร์จะแบ่งผู้บริโภคออกเป็นกลุ่มต่างๆ ตามลักษณะประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาอาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นต้นโดยทั่วไปตามลักษณะประชากรศาสตร์เหล่านี้จะเป็นเกณฑ์ที่นักการตลาดนิยมใช้ในการแบ่งส่วน ตลาดให้กับผลิตภัณฑ์หลายชนิด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2558) ด้านลักษณะประชากร (Demographic) ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนตลาด ด้านลักษณะประชากรเป็นลักษณะสำคัญที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย ตัวแปร ด้านลักษณะประชากรที่สำคัญ มีดังต่อไปนี้เพศ อายุ สถานภาพครอบครัวรายได้ระดับการศึกษา และอาชีพ

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2554) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ รวมถึงอายุ เพศ วงจรชีวิต ครอบครัวการศึกษา รายได้ เป็นต้น ลักษณะดังกล่าวมีความสำคัญ ต่ออัตราการตลาดเพราะเกี่ยวพันกับอุปสงค์ (Demand) ในตัวสินค้า ทั้งหลายการเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์ชี้ให้เห็นถึงการ เกิดขึ้นของตลาดใหม่ และตลาดอื่นก็จะหมดไป หรือลด ความสำคัญลงลักษณะทาง ประชากรศาสตร์ที่สำคัญ มีดังนี้อายุเพศการศึกษารายได้และสถานภาพสมรส

อุดมพร ทัมทิมกลาง (2557) สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึงอาชีพ รายได้ และสถานภาพทาง สังคมของบุคคล มีอิทธิพลอย่างสำคัญ ต่อปฏิกริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร เพราะแต่ละคนมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ทัศนคติค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกัน

## **2.แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องการยอมรับนวัตกรรม**

สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร (2555) ได้กล่าวถึง การยอมรับเทคโนโลยีว่าเป็นการอธิบายถึง วิธีการและเหตุผลของแต่ละบุคคลในการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่เพื่อ พยายามพฤติกรรมบุคคลในการ ยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศที่นำไปสู่การให้คำอธิบายและสร้าง ความเข้าใจในอิทธิพลของปัจจัยที่ก่อให้เกิดการ ยอมรับเทคโนโลยี

อัครเดช ปิ่นสุข และนิตนา ฐานิตธนกร (2559) ได้กล่าวถึงการยอมรับเทคโนโลยีว่าเป็นการวางแผนการใช้ งานเทคโนโลยีใหม่ โดยผู้ใช้มีการคิดวิเคราะห์วางแผนที่จะเรียนรู้การใช้งานเทคโนโลยีใหม่และเมื่อผู้ใช้ได้ทดลองใช้ งานแล้วพอใจจึงเกิดการยอมรับเทคโนโลยีใหม่นั้น

เกวรินทร์ละอียดดีนันท์และนิตนา ฐานิตธนกร (2559) ได้กล่าวถึงการยอมรับเทคโนโลยีว่าเป็นพฤติกรรม ของผู้ใช้ที่ทำความเข้าใจในเทคโนโลยีและตระหนักถึงการนำเทคโนโลยีมาใช้จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองหรือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องจึงตัดสินใจยอมรับเทคโนโลยีนั้นไปประยุกต์ใช้

Park & Kim (2014) ได้กล่าวถึงการยอมรับเทคโนโลยีว่า เป็นระดับความเชื่อว่าการใช้เทคโนโลยีใหม่จะเพิ่ม ประสิทธิภาพในการทำงานของบุคคลได้โดยที่ผู้ใช้ไม่ต้องใช้ความพยายามมากในการเรียนรู้โดยที่การรับรู้ความง่ายใน การใช้งานและการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานนั้นจะส่งผลต่อพฤติกรรมการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี

Camarero, Antón & Rodríguez (2013) ได้กล่าวถึงการยอมรับเทคโนโลยีว่า เป็น การอธิบายถึงการ ยอมรับและตั้งใจใช้เทคโนโลยีใหม่ของบุคคล ซึ่งเกิดจากบุคคลรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานและประโยชน์ที่จะได้รับ จากการใช้งานเทคโนโลยีใหม่ โดยบุคคลสามารถเรียนรู้การใช้งานเทคโนโลยีใหม่ได้ด้วยตนเอง

### 3.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk)

เกวรินทร์ ละเอียดดีนันท(2557) นิยามความหมายของการรับรู้ถึงความเสี่ยง หมายถึง การยอมรับความเสี่ยงหากข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้งานจะถูกเปิดเผยเมื่อใช้บริการหรือข้อมูลอาจจะสูญหาย ออกไปจากระบบ ซึ่งอาจเกิดจากการคุกคามของไวรัส

จิรภา รุ่งเรืองศักดิ์(2557) ได้สรุปความหมายของการรับรู้ถึงความเสี่ยง เป็นการรับรู้ถึงความไม่แน่นอนเกี่ยวกับการรักษาความปลอดภัยและการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลซึ่งส่งผลกระทบต่อเชิงลบ ในการใช้บริการ

นุชรี จินดาวรรณ (2559) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ถึงความเสี่ยง หมายถึงการประเมินสิ่งที่จะก่อให้เกิดความเสี่ยงที่จะตัดสินใจในการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง โดยการประเมินค่าความเสี่ยงมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้งานที่แตกต่างกัน

มิ่งเจ้เวิน (2561) อธิบายเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง คือ การที่รับรู้ถึงความเป็นไปได้ที่จะเกิดสถานการณ์ที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงซึ่งประกอบไปด้วยโอกาสและผลลัพธ์ที่เหตุการณ์เลวร้ายจะเกิดขึ้นรวมทั้งการรับรู้ความเสี่ยงสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ด้าน คือ ด้านความเสี่ยงทางการเงิน ด้าน ความเสี่ยงความปลอดภัย และด้านความเสี่ยงเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้

### 4.ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับความเชื่อมั่น (Trust)

Hanafizadeh และคณะ (2014) กล่าวว่าความเชื่อมั่นของลูกค้าองค์กรจำเป็นต้องสร้างและดำรงรักษาไว้อย่างยาวนานที่สุด และการเข้าใจถึงความเสี่ยงจากการรับรู้ของลูกค้าจะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อองค์กรในการที่ลูกค้าจะยอมรับและละทิ้งอุปสรรคที่เป็นตัวขัดขวางไม่ให้เกิดการใช้บริการ

Ganesan และ Geyskens (1994) ได้นิยามความเชื่อมั่นว่าหมายถึง ความเชื่อรวมของบริษัทในเรื่องความซื่อสัตย์ของหุ้นส่วนทางธุรกิจและปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกัน ส่วน Das และ Teng กล่าวว่า ความเชื่อมั่นเป็นแนวโน้มต่อความเชื่อถือในหุ้นส่วนทางธุรกิจที่สามารถให้ความไว้วางใจได้ ความเสี่ยง และความเชื่อมั่นเป็นแนวคิดที่สัมพันธ์กันและบ่อยครั้งถูกระบุว่าเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการ ยอมรับ การใช้บริการผ่านทางออนไลน์และผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่

Kim และคณะ (2006) ทำการพิสูจน์ว่า การทำธุรกรรมผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความเชื่อมโยงกับความเสี่ยงที่เพิ่มสูงขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับธุรกรรมทางธนาคารปกติความเชื่อมั่นเบื้องต้นของบุคคลจะแสดงออกมาเป็นพื้นฐานซึ่งเป็นปัจจัยที่จำเป็น สำหรับการทำธุรกรรมทางธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

Koenig-Lewis และคณะ (2010) ทำการศึกษาว่าความเชื่อมั่นกับความตั้งใจในการใช้ธุรกรรม ทางธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความเชื่อมโยงทางอ้อม โดยผ่านตัวแปรความสอดคล้องและความเสี่ยงทำให้มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้

Doney และ Cannon (1997) กล่าวว่า ความเชื่อมั่นเป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถก่อให้เกิดความ ภัคดี ไม่มีใครต้องการสร้างความสัมพันธ์กับองค์กรที่ไม่น่าเชื่อถือความเชื่อมั่นจึงเป็นเกณฑ์อย่างหนึ่งในการวัด คุณค่าขององค์กร

## วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ การยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กิงธนาคารกรุงไทย ของผู้ใช้ในเขต กรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำหรับพิจารณาขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Yamane

ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 400 รายการสุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ การสุ่มแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น(Non-Probability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ เพื่อให้กลุ่ม ตัวอย่างที่เลือกมานั้นตรงและเหมาะสมกับการวิจัยในครั้งนี้ให้มากที่สุด

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการดำเนินการวิจัย โดยผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า ทบทวนทฤษฎีแนวคิดต่างๆและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้สร้างเป็น กรอบแนวคิดและตัวแปรที่เกี่ยวข้องในครั้งนี้ และนำไปสู่ขั้นตอนในการสร้างนิยามศัพท์เฉพาะ เป็นแนวทางในการ พัฒนาการสร้างแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงสำรวจที่ใช้แบบสอบถาม โดยแบ่ง ออกเป็นส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นคำถามลักษณะประชากร ซึ่งจะประกอบไปด้วย ด้านเพศ สถานะภาพ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ซึ่งจะเป็นคำถามแบบปลายเปิดแบบตรวจสอบรายการ กำหนดให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบ เพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับด้านรับรู้ที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กิงธนาคารกรุงไทย ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานครได้แก่ การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย การรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ความเสี่ยง ความเชื่อมั่น ซึ่งประกอบไปด้วยคำถามทั้งหมด 16 คำถาม เป็น คำถามแบบประเมินค่าความสำคัญ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กิงธนาคารกรุงไทย ของผู้ใช้งานในเขต กรุงเทพมหานคร ซึ่งจะประกอบไปด้วยข้อคำถามทั้งหมด 3 ข้อ เป็นคำถามประเมินค่าความสำคัญ

ส่วนที่ 4 เป็นข้อคำถามแบบปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ หรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการใช้บริการโมบาย แบงก์กิง(KRUNG THAI NEXT) ของธนาคารกรุงไทย ซึ่งจะมี ข้อคำถามทั้งหมด 1 ข้อ

การแบ่งความสำคัญออกเป็น 5 ระดับความคิดเห็น เพื่อใช้ในการตีความหมายของค่าเฉลี่ย ที่ใช้ใน การวิเคราะห์ดังนี้ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายความว่าเห็นด้วยมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายความว่า เห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายความว่าเห็นด้วยปานกลาง ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายความว่า เห็นด้วยน้อย ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายความว่าเห็นด้วยน้อยที่สุด

### **เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล**

เมื่อรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้เก็บข้อมูลมาแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

#### 1. สถิติเชิงพรรณนาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละและค่าความถี่กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่มได้แก่ ปัจจัยประชากร ด้าน เพศ อายุ สถานะภาพ รายได้ อาชีพและระดับการศึกษา

1.2 ใช้ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าเฉลี่ยในการอธิบายการรับรู้ ซึ่งได้แก่ การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย การรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ความเสี่ยงและความเชื่อมั่น

#### 2. สถิติอนุมานใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1 เพื่อศึกษาการยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กึ่งธนาคารกรุงไทย ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศและสถานะภาพ โดยใช้สถิติการทดสอบแบบ T-Test

2.2 เพื่อศึกษาการยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กึ่งธนาคารกรุงไทย ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบความแตกต่างนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยการใช้วิธีของ LSD

2.3 เพื่อศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย การรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ความเสี่ยงและความเชื่อมั่นที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรม โมบายแบงก์กึ่งธนาคารกรุงไทยของผู้ใช้ในเขตกรุงเทพมหานคร จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

### **ผลการวิจัย**

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย เรื่องการยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กึ่งธนาคารกรุงไทย ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์การยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กึ่งธนาคารกรุงไทย ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

2. ผลการเปรียบเทียบการยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กึ่งธนาคารกรุงไทย ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยประชากร สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้



2.1 ผู้ใช้งานนโยบายแบงก์กิ้งในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศต่างกัน สถานะภาพต่างกัน ระดับการศึกษาต่างกัน ระดับรายได้ต่างกัน มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมนโยบายแบงก์กิ้งธนาคารกรุงไทย ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานครไม่ต่างกัน

2.2 ผู้ใช้งานนโยบายแบงก์กิ้งในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกัน อาชีพต่างกัน มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมนโยบายแบงก์กิ้งธนาคารกรุงไทย ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานครต่างกัน

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการรับรู้ มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมนโยบายแบงก์กิ้งธนาคารกรุงไทย ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลได้ดังนี้

3.1 ปัจจัยด้านการรับรู้ พบว่าตัวแปรอิสระทั้งหมด 5 ตัวแปร มีตัวแปรอิสระจำนวน 3 ตัวแปร คือ ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมนโยบายแบงก์กิ้งธนาคารกรุงไทย ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานคร

3.2 ปัจจัยด้านการรับรู้ พบว่าตัวแปรอิสระทั้งหมด 5 ตัวแปร มีตัวแปรอิสระจำนวน 2 ตัวแปร คือ ด้านการรับรู้ความเสี่ยงและด้านความเชื่อมั่น ที่ไม่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมนโยบายแบงก์กิ้งธนาคารกรุงไทย ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานคร

## อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยการยอมรับนวัตกรรมนโยบายแบงก์กิ้งธนาคารกรุงไทย ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ผลการวิจัยการยอมรับนวัตกรรมนโยบายแบงก์กิ้งธนาคารกรุงไทย ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ผู้ใช้นโยบายแบงก์กิ้งส่วนใหญ่มีความต้องการด้านการใช้งานที่มีความสะดวกและง่าย เมื่อผู้ใช้ได้ทดลองใช้งานแล้วพอใจจึงเกิดการยอมรับเทคโนโลยีโดยบุคคลสามารถเรียนรู้การใช้งานเทคโนโลยีใหม่ได้ด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อัครเดช ปิ่นสุข และนิธนา ฐานิตธนกร (2559) ได้กล่าวถึงการยอมรับเทคโนโลยีว่าเป็นการวางแผนการใช้งานเทคโนโลยีใหม่

2. ผลการวิจัยการยอมรับนวัตกรรมนโยบายแบงก์กิ้งธนาคารกรุงไทย ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยประชากร

2.1 ผู้ใช้งานนโยบายแบงก์กิ้งในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศต่างกัน มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมนโยบายแบงก์กิ้งธนาคารกรุงไทย ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานครไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าประชากรที่มีเพศต่างกันนั้นไม่มีผลกับการยอมรับนวัตกรรมนโยบายแบงก์กิ้งของธนาคารกรุงไทย เพราะในปัจจุบันไม่ว่าเพศหญิงหรือเพศชาย มีการรับรู้ข่าวสารต่างๆที่เท่าเทียมกัน ทำให้เกิดความต้องการใกล้เคียงกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ภาวินี กาญจนานภา ( 2559 ) เพศหญิงและชายที่แตกต่างกันมีบทบาทในกระบวนการด้านพฤติกรรม ความ

จำเป็นหรือความต้องการผลิตภัณฑ์คุณลักษณะหรือผลประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่แต่ละบุคคลแสวงหาที่จะได้รับการซื้อหรือบริโภคนผลิตภัณฑ์พฤติกรรมแสวงหาและการเลือกรับซื้อและข้อมูลข่าวสาร

2.2 ผู้ใช้งานนโยบายแบงก์กึ่งในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพต่างกัน มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมนโยบายแบงก์กึ่งธนาคารกรุงไทย ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานครไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าประชากรที่มีสถานภาพต่างกันนั้น ไม่มีผลกับการยอมรับนวัตกรรมนโยบายแบงก์กึ่งของธนาคารกรุงไทย ปัจจุบันไม่ว่าสถานภาพไหนก็เกิดการเรียนรู้และปรับตัวได้เท่ากัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อุดมพร ทัมทิมกลาง (2557) สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึงอาชีพ รายได้ และสถานภาพทางสังคมของบุคคล มีอิทธิพลอย่างสำคัญ ต่อปฏิกริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร เพราะแต่ละคนมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ทัศนคติค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกัน

2.3 ผู้ใช้งานนโยบายแบงก์กึ่งในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมนโยบายแบงก์กึ่งธนาคารกรุงไทย ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานครต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าประชากรที่มีอายุต่างกันนั้น มีผลกับการยอมรับนวัตกรรมนโยบายแบงก์กึ่งของธนาคารกรุงไทย เพราะการดำรงชีวิตของมนุษย์ในช่วงอายุต่างกันนั้น ทำให้การเรียนรู้ ทักษะ สะสมประสบการณ์มาน้อยแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ภาวิณี กาญจนานา ( 2559 ) อาชีพเป็นปัจจัยที่มีความเกี่ยวพันอย่างใกล้ชิดกับปัจจัยทางด้านการศึกษา สถานภาพและรายได้ของบุคคล และยังเป็นปัจจัยที่สามารถนำมาใช้ในการอ้างอิงถึงแนวโน้มค่านิยม วิธีการดำเนินชีวิตและกระบวนการบริโภคของบุคคล บุคคลที่มีอาชีพแตกต่างกันอาจมีความชื่นชอบแตกต่างกันในประเภทของผลิตภัณฑ์บางประเภท

2.4 ผู้ใช้งานนโยบายแบงก์กึ่งในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมนโยบายแบงก์กึ่งธนาคารกรุงไทย ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานครไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าระดับการศึกษานั้นจะทำให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้งานนโยบายแบงก์กึ่งของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของภาวิณี กาญจนานา ( 2559 ) การศึกษามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมซื้อของบุคคลโดยผ่านการเป็นตัวกำหนดความโน้มเอียงของรายได้อาชีพของบุคคลในอนาคต บุคคลที่มีการศึกษาแตกต่างกันจะมีความชื่นชอบ ประเภทของผลิตภัณฑ์ ที่แตกต่างกัน

2.5 ผู้ใช้งานนโยบายแบงก์กึ่งในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับรายได้ต่างกัน มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมนโยบายแบงก์กึ่งธนาคารกรุงไทย ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานครไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าระดับรายได้ไม่น่าส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมนโยบายแบงก์กึ่งของธนาคารกรุงไทยเนื่องจากไม่ว่ารับรายได้ที่ไม่เท่ากัน เพราะในยุคปัจจุบันผู้ใช้มีความจำเป็นในการใช้นโยบายแบงก์กึ่งไม่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของอุดมพร ทัมทิมกลาง (2557) สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้ และสถานภาพทางสังคมของบุคคล มีอิทธิพลอย่างสำคัญ ต่อปฏิกริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร เพราะแต่ละคนมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ทัศนคติค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกัน

2.6 ผู้ใช้งานโมบายแบงก์กึ่งในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกัน มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กึ่งธนาคารกรุงไทย ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานครต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นแต่ละอาชีพมีความจำเป็นและความต้องการใช้โมบายแบงก์กึ่งต่างกัน การรับรู้ข่าวสารที่ในปัจจุบันที่ต่างกันทำให้การยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กึ่งต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของภาวิณี กาญจนภา ( 2559 ) อาชีพเป็นปัจจัยที่มีความเกี่ยวพันอย่างใกล้ชิดกับปัจจัยทางการศึกษา สถานภาพและรายได้ของบุคคล และยังเป็นปัจจัยที่สามารถนำมาใช้ในการอ้างอิงถึงแนวโน้มค่านิยม วิธีการดำเนินชีวิตและกระบวนการบริโภคของบุคคล บุคคลที่มีอาชีพแตกต่างกันอาจมีความชื่นชอบแตกต่างกันในประเภทของผลิตภัณฑ์บางประเภท

3. เพื่อศึกษาปัจจัยการรับรู้ ที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กึ่งธนาคารกรุงไทย ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานคร

3.1 การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กึ่งธนาคารกรุงไทย ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ใช้งานโมบายแบงก์กึ่งในเขตกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญกับการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย เนื่องจากความเสี่ยงด้านความปลอดภัยมีความสำคัญการทำธุรกรรมการเงินผ่านโมบายแบงก์กึ่งคือหนึ่งในนวัตกรรมที่เกิดขึ้นมาแล้วทำให้ชีวิตสะดวกสบายขึ้นไปอีกหนึ่งระดับเราไม่ต้องต่อคิวโอนเงินหน้าตู้เอทีเอ็มหรือเข้าธนาคารเพื่อทำธุรกรรมเรื่องการเงินแบบเล็กๆ น้อยๆ อีกต่อไป เพราะทั้งหมดนี้สามารถทำได้ผ่านแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กึ่งของธนาคารเพียงแค่นิ้วสัมผัสบนสมาร์ตโฟน แต่ความสะดวกสบายและรวดเร็วนี้ ก็ต้องแลกมากับความเสี่ยงในการโดนขโมยข้อมูลหรือแม้กระทั่งการขโมยเงินในบัญชีได้จากการขาดความระมัดระวัง ดังนั้นความเสี่ยงด้านความปลอดภัยจึงมีความสำคัญ ที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กึ่ง ซึ่งผลที่ได้สอดคล้องกับ Maciejewski (2011) ได้กล่าวไว้ว่าความเสี่ยงด้านความปลอดภัย (Security Risk) เช่น ความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล หรือข้อมูลการทำธุรกรรมทางการเงินการรับรู้ความเสี่ยง หมายถึง การรับรู้ถึงสิ่งร้ายจากภายนอกเข้ามากระตุ้นให้ผู้ใช้บริการ

3.2 การรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งานมีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กึ่งธนาคารกรุงไทย ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ใช้งานโมบายแบงก์กึ่งในเขตกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญกับการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน เนื่องจากการโอนเงินผ่านทางโมบายแบงก์กึ่งนั้นทั้งรวดเร็ว ประหยัดเวลาไม่ต้องไปต่อคิวเพื่อโอนเงินหน้าตู้ ATM หรือหน้าเคาน์เตอร์ รวมถึงประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปธนาคาร อีกทั้งยังสามารถโอนได้ทุกที่ทุกเวลาที่ต้องการไม่ว่าคุณจะอยู่บ้าน ออฟฟิศ หรือกำลังติดธุระอยู่ ที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กึ่ง ซึ่งผลที่ได้สอดคล้องกับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM: Technology Acceptance Model) หมายถึง ทศนคติความเชื่อของบุคคลที่มีต่อการใช้เทคโนโลยีหรือระบบใดระบบหนึ่งเพื่อเพิ่มศักยภาพการทำงานของบุคคลนั้น (Davis, 1989) เป็นความเชื่อหรือมุมมองในการวิเคราะห์และตระหนักถึงคุณค่าหรือประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากเทคโนโลยีหากคุณประโยชน์ของเทคโนโลยีตรงกับความต้องการของบุคคลจะนำไปสู่

การยอมรับและใช้เทคโนโลยีนั้นต่อไปการรับรู้ประโยชน์การใช้งานเป็นปัจจัยสำคัญที่แสดงถึงความตั้งใจที่จะใช้หรือการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่เกิดจากการรับรู้ว่ามีประโยชน์มีผลทางตรงต่อพฤติกรรมยอมรับและการรับรู้ประโยชน์มีผลทางอ้อมต่อการใช้งาน

3.3 การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กึ่งธนาคารกรุงไทย ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ใช้งานโมบายแบงก์กึ่งในเขตกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญกับการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน เนื่องจากเมื่อผู้ใช้งานได้เข้าใช้โมบายแบงก์กึ่งรู้สึกว่าการใช้งานง่ายไม่ซับซ้อนเข้าใจง่าย ซึ่งผลที่ได้สอดคล้องกับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM: Technology Acceptance Model) จะเป็นอีกมุมมองหนึ่งของการพิจารณาเทคโนโลยีหมายถึงทัศนคติความเชื่อของบุคคลที่มีต่อขั้นตอนวิธีการใช้เทคโนโลยีที่เข้าใจง่าย

3.4 การรับรู้ความเสี่ยงไม่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กึ่งธนาคารกรุงไทย ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ใช้งานโมบายแบงก์กึ่งในเขตกรุงเทพมหานครไม่ให้ความสำคัญกับการรับรู้ความเสี่ยง เนื่องจากถ้าผู้ใช้งานรับรู้เมื่อเกิดความเสียหายควรทำอย่างไรเช่นการหยุดการใช้งาน ซึ่งผลที่ได้ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ เกวรินทร์ ละเอียดดินันท์(2557) นิยามความหมายของการรับรู้ถึงความเสียหาย หมายถึง การยอมรับความเสี่ยงหากข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้งานจะถูกเปิดเผยเมื่อใช้บริการหรือข้อมูลอาจจะสูญหาย ออกไปจากระบบ ซึ่งอาจเกิดจากการคุกคามของไวรัส

## ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะในการวิจัยเพื่อให้เป็นประโยชน์และแนวทางสำหรับผู้ใช้งานโมบายแบงก์กึ่งธนาคารกรุงไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้

1.ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน จากการศึกษาพบว่า การใช้โมบายแบงก์กึ่งธนาคารกรุงไทยสามารถลดเวลาในการเดินทางไปทำธุรกรรมทางการเงินที่ธนาคาร และช่วยลดค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรมทางการเงิน ซึ่งปัจจุบันโมบายแบงก์กึ่งของธนาคารกรุงไทย มีระบบรองรับการทำธุรกรรมทางการเงินที่ครอบคลุมให้แก่ลูกค้า

2.ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน จากการศึกษาพบว่า การใช้งานโมบายแบงก์กึ่งธนาคารกรุงไทยนั้นช่วยให้การทำธุรกรรมทางการเงินง่ายขึ้น โดยปัจจุบันโมบายแบงก์กึ่งธนาคารกรุงไทย ใช้ระบบสแกนหน้าเพื่อลดขั้นตอนการเข้าใช้งานทำให้เข้าถึงระบบ การใช้งานได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้งมีการปรับปรุงและพัฒนาโมบายแบงก์กึ่งให้ใช้งานได้ง่ายขึ้น

3.ด้านความเชื่อมั่น จากการศึกษาพบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญกับการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโมบายแบงก์กึ่งธนาคารกรุงไทย นั้นมีความเชื่อมั่น โดยธนาคารกรุงไทยนั้นเป็นสถาบันทางการเงินชั้นนำของประเทศไทย ดำเนินธุรกิจมากกว่า 55 ปีและดำเนินงานภายใต้ข้อกำหนดของธนาคารแห่งประเทศไทย ประกอบกับในปัจจุบันธนาคาร

พัฒนาด้านต่างๆโดยการนำเทคโนโลยีการสแกนปลดล็อคด้วยใบหน้า (Face recognition) และการสแกนลายนิ้วมือ (Fingerprint) เข้ามาใช้งานเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือและสามารถรักษาความเป็นส่วนตัวของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

4.ด้านการรับรู้ความเสี่ยง จากผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ำรับรู้ถึงความไม่แน่นอนเกี่ยวกับสิ่ง ที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการโม่บายแบงก์กิ้ง ดังนั้นธนาคารจึงพัฒนาโม่บายแบงก์กิ้งให้มีความปลอดภัยแก่กลุ่มลูกค้ามากยิ่งขึ้น โดยมีระบบแจ้งเตือนเมื่อเข้าใช้งานและระบบจะส่งรายละเอียดการทำรายการธุรกรรมทางการเงินในระบบทุกครั้งผ่านอีเมลที่ลงทะเบียนไว้

5.การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยจากผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ำรับรู้ถึงความไม่แน่นอนเกี่ยวกับสิ่ง ที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการโม่บายแบงก์กิ้ง ดังนั้นธนาคารจึงพัฒนาโม่บายแบงก์กิ้งสำหรับธุรกรรมทางการเงินของธนาคารกรุงไทยที่มอบความสะดวกสบาย รวดเร็วปลอดภัยพร้อมให้บริการธุรกรรมทางการเงินที่ครอบคลุมที่สุดในประเทศไทย

3.5 ความเชื่อมั่นไม่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมโม่บายแบงก์กิ้งธนาคารกรุงไทย ของผู้ใช้งานในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ใช้งานโม่บายแบงก์กิ้งในเขตกรุงเทพมหานครไม่ให้ความสำคัญกับความเชื่อมั่น เนื่องจากความสามารถที่ทำให้เกิดความเชื่อมั่น น่าเชื่อถือ ความยุติธรรมและคว่าซื่อสัตย์เกิดจากองค์การอยู่แล้วซึ่งผลที่ได้ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ(มะลิวัลย์ แสงสวัสดิ์, 2556) ความเชื่อมั่น หมายถึง ความสามารถในการทำให้เกิดความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นแก่ลูกค้า ความมั่นใจในความน่าเชื่อถือ ความยุติธรรมและความซื่อสัตย์ โดยเต็มใจที่จะไว้วางใจต่อบุคคลหรือองค์กรหนึ่งๆพร้อมทั้งความเชื่อมั่นจะเป็นส่วนหนึ่งของความน่าเชื่อถือ ซึ่งเป็นลักษณะของบุคคลที่มีความเชื่อด้านทัศนคติเชิงบวกต่อบุคคลหรือองค์กรและมีความผูกพันอย่างแท้จริงซึ่งการที่ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในผู้ให้บริการหมายถึงการที่ลูกค้าเชื่อมั่นในองค์กรว่ามีความน่าเชื่อถือ ในผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ

## ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป

เพื่อให้สามารถเข้าใจถึงการยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กึ่งธนาคารของไทยอย่างแท้จริง และนำผลที่ได้ไปใช้ให้ก่อประโยชน์อย่างคุ้มค่า ประเด็นสำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป ผู้วิจัยมีความเห็นดังนี้

1. ควรศึกษาปัจจัยอื่นๆที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กึ่งของธนาคารกรุงไทยเพื่อเป็นแนวทางทำให้ทราบถึงสาเหตุที่ทำให้ลูกค้ายอมรับใช้บริการ และนำมาปรับกลยุทธ์ให้ลูกค้าหันมาใช้งานมากยิ่งขึ้น บริการ

2. ควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มลูกค้าที่เคยและไม่เคยใช้บริการโมบายแบงก์กึ่งธนาคารกรุงไทย เพราะจะทำให้ได้ข้อมูลที่มีความละเอียดและมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึงได้รับคำแนะนำดีชมหรือความคิดเห็นใหม่ๆ เพื่อนำมาแก้ไขและพัฒนาโมบายแบงก์กึ่งให้ดียิ่งขึ้น

3. ควรเก็บข้อมูลกลุ่มลูกค้าที่ไม่เคยใช้บริการโมบายแบงก์กึ่งธนาคารกรุงไทย เพื่อเป็นแนวทางปรับกลยุทธ์ และพัฒนานวัตกรรมโมบายแบงก์กึ่งให้กลุ่มลูกค้าที่ไม่เคยใช้บริการโมบายแบงก์กึ่งธนาคารกรุงไทย หันมาใช้บริการมากขึ้น และเพื่อเป็นการขยายฐานกลุ่มลูกค้าให้มาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

4. ในปัจจุบันทุกธนาคารมีผลิตภัณฑ์โมบายแบงก์กึ่งที่นำเสนอให้แก่กลุ่มลูกค้า ดังนั้นการศึกษารึ่ครั้งต่อไป ควรศึกษาการยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กึ่งของทุกธนาคาร เพื่อให้ธนาคารทุกแห่ง สามารถนำข้อมูลที่ได้มา กำหนดกลยุทธ์และพัฒนานวัตกรรมโมบายแบงก์กึ่งให้ลูกค้าเกิดการยอมรับในการใช้งานมากที่สุด

## บรรณานุกรม

วรรณพร หวลมานพ. (2558). พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส  
ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร. คณะวารสารศาสตร์และ  
สื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศุภสิรา คุณรัตน์. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน Mobile  
banking ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยสยาม.

ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร. (2563). สถิติจำนวนประชากรและบ้านในกรุงเทพมหานคร  
จำแนกตามรายแขวงและเขต ณ เดือน ธันวาคม 2563. ค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2564.

สุวิมล บุญแก้ว. (2559). ปัจจัยที่ส่งเสริมให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการ MOBILE BANKING ทดแทน การทำ  
ธุรกรรมทางการเงินผ่านเครื่อง ATM ในเขตกรุงเทพมหานคร. คณะเศรษฐศาสตร์,  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สิทธิชัย ภูเขาแก้ว. (2560). ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Grab ของผู้บริโภค  
ในกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

Bangkok Information Center. (2020). Population and house statistics in Bangkok. Classified by district and district as  
of December 2020. Retrieved 10 March 2021.

Online manager. (2019). Popular banks Bangkok residents use online financial services.

Papanan Wongkittichaikul. (2019). Factors affecting the use of Krung Thai Next of the silver age group in Bangkok.  
Master of Business Administration Program, Graduate School. Silpakorn University.

Pvitra Som D. (2017). Adopting innovation. Mobile Banking Application (Mobile Banking Application) of users aged  
40-60 years. Master of Arts. Digital Marketing Communication Program, Bangkok University.